

UPUTE ZA AUTORE

NASLOV RADA

<dva reda razmaka >

Autor s titulom, tvrtka ili visoko učilište

Adresa: Ulica, mjesto, država

Telefon: + 000 00 000, e-mail: autor@domena

(red razmaka)

SAŽETAK

Uredništvo prima neobjavljene radove na hrvatskom i engleskom jeziku. Sažetak rada treba biti napisan u jednom odlomku na hrvatskom i engleskom jeziku italic/ ukošenim fontom, treba ukazati na problem i ciljeve istraživanja, korištene metode istraživanja, populaciju, veličinu uzorka, najvažnije rezultate i zaključak. Prilaže se u posebnom dokumentu s navedenim naslovom rada, imenom i prezimenom autora, afilijacijom autora na oba jezika i naslovljeno sa SAŽETAK, eng. ABSTRACT veličine od 150 do 300 riječi. Sažetak na jeziku članka treba smjestiti između naslova i teksta članka, a sažetak na drugom jeziku iza teksta članka, prije popisa literature. Cjeloviti rad treba dostaviti na engleskom i/ili hrvatskom jeziku. Autori su odgovorni za kvalitetu teksta.

(red razmaka)

Ključne riječi: *ispod sažetaka navesti 3 do 5 ključnih riječi, razdvojiti ih „;“ (točka sa zarezom)*

(dva reda razmaka)

1. UVOD

(red razmaka)

Časopis *OBRAZOVANJE ZA PODUZETNIŠTVO* objavljuje izvorne znanstvene, pregledne i stručne radove koji neposredno ili posredno reflektiraju tematiku učenja i obrazovanja za poduzetništvo te povezanih tema. Objavljuju se samo prethodno neobjavljeni radovi. Autor ili autori snose odgovornost za uvažavanje etike znanstvenika, napose glede korištenja dijelova teksta preuzetih od drugih autora te odgovornost da isti rad nije prethodno već negdje objavljen. Časopis izlazi dva puta godišnje. Prema potrebi, izdavat će se i izvanredni brojevi.

Radove uredništvu treba dostaviti u elektroničkom obliku, u *Word* dokumentu na adresu: journal@zrinski.org. Zadatak je autora što detaljnije poštivati pravila izgleda rada i dostaviti lektoriran tekst pregledan odgovarajućim *spelling checkom* (hrvatski, engleski). Opseg radova, uključujući sažetak, bibliografiju, bilješke i mjesto za grafičke priloge, može iznositi najviše 5000 riječi.

(dva reda razmaka)

2. NASLOV

(red razmaka)

Nužno je koristiti obostrano poravnanje, prored 1,5 redak, Arial, veličinu slova 12 točaka. Između poglavlja treba koristiti dva reda razmaka, a između naslova poglavlja i teksta red razmaka.

- Naslov poglavlja poravnati na sredinu između dviju margina članka, pisati velikim tiskanim slovima veličine 14 točaka, stil fonta podebljano/*bold*.
- Naslove potpoglavlja pisati malim tiskanim slovima, veličine 14 točaka, koristiti lijevo poravnanje i stil fonta podebljano/*bold*.
- Naslove poglavlja i potpoglavlja numerirati arapskim brojevima.
- Za format stranice odrediti margine: gornja, donja, lijeva i desna 20 mm.

(red razmaka)

2.1. Citati

(red razmaka)

Svaki put kada se u tekstu navode tuđe riječi, rečenice, sintagme, podaci i sl., izvor se daje u tekstu (APA stil), a ne u bilješkama ispod teksta. U bilješkama se mogu navoditi samo pojašnjenja (terminologija itd.). Referenca se stavlja u zagradu te sadrži prezime autora, godinu izdanja i stranicu, npr. (Holmberg, 1977, str. 23), a u slučaju parafraziranja navoda u zagradu se stavlja prezime autora i godina izdanja, npr. (Holmberg, 1977).

(red razmaka)

2.2. Slike, tablice, grafikoni

(red razmaka)

Svaku tablicu, sliku i grafički prilog treba numerirati (slika 1, 2, 3, ...), a njihove nazive navesti iznad priloga veličinom slova 12 točaka, a izvore ispod veličinom slova 12 točaka.

(dva reda razmaka)

ZAKLJUČAK

(red razmaka)

U zaključku sumirati ključne spoznaje i rezultate istraživanja te praktičnu primjenu rezultata istraživanja.

LITERATURA

(red razmaka)

U popis literature na kraju rada navesti podatke o svim djelima koja se spominju u referencama i to abecednim redom po prezimenu autora te numerirati arapskim brojevima.

1. Aras, G. i Crowther, D. (2009). *The durable corporation*. Farnham: Gower Publishing.
2. Avery, G. C. i Bergsteiner, H. (2011). Sustainable leadership practices for enhancing business resilience and performance. *Strategy & Leadership*, 39(3), 5-15. doi:10.1108/108785711 11128766
3. Baker, M. (2003). *Corporate Social Responsibility – What does it mean?* Preuzeto s <http://www.mallenbaker.net/csr/CSRfiles/definition.html> (23.04.2011.)
4. Brenner, S. (1995). Stakeholder theory of the firm: Its consistency with current management techniques. In Näsi, J. (Ed.), *Understanding Stakeholder Thinking* (str. 75-96). Helsinki: LSR-Julkaisut Oy.
5. Državni zavod za statistiku (2009). *Statistički ljetopis Republike Hrvatske 2008*. Zagreb: Državni zavod za statistiku.
6. Hisrich, R. D., Peters, M. P. i Shepherd, D. A. (2011). *Poduzetništvo*. Zagreb: Mate.
7. Kopecki, D. i Katavić, I. (2011). Emotional intelligence: The challenge for managing resources in the globalized and changing world - a case of the insurance industry. U K. Afrić Rakitovac, V. Šugar i V. Bevanda (ur.), *Conference proceedings: Vol. 2. Entrepreneurship and Macroeconomic Management: Reflections on the World in Turmoil* (str. 1317-1341).
8. Nancy, S. (2011). The Chemistry Teaching Program for Developing the Senior High School Students' Entrepreneurial Attitudes. *US-China Education Review A&B*, 7, (str. 909-923). Preuzeto s <http://www.eric.ed.gov/PDFS/ED529908.pdf>
9. O'Keefe, E. (n. d). Egoism & the crisis in Western values. *Online Originals*. Preuzeto s <http://www.onlineoriginals.com/showitem.asp?itemID=135> (15.08.2014.)
10. Narodne novine (1996). *Zakon o visokim učilištima*. Preuzeto s <http://narodnenovine.nn.hr/clanci/sluzbeni/264876.html> (02.05.2014.)
11. Pfeifer, S. i Borožan, Đ. (2011). Fitting Kolb's learning style theory to entrepreneurship learning aims and contents. *International Journal of Business Research*, 11(2), 216-223.
12. Stewart, T. A. (2006). Corporate social responsibility: Getting the logic right. *Harvard Business Review*, 84(12), 14–14. Preuzeto s <http://hbr.org/>
13. Škrtić, M. i Mikić, M. (2011). *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinergija nakladništvo d.o.o.

RADOVI KOJI SE NE PRIDRŽAVAJU UPUTA PISANJA NEĆE BITI PRIHVAĆENI ZA OBJAVU U ČASOPISU. UREDNIŠTVO PRIDRŽAVA PRAVO ODLUČIVANJA O IZBORU TEKSTOVA I REDOSLIJEDA OBJAVLJIVANJA. NAJMANJE DVA NEOVISNA RECENZENTA RECENZIRAT ĆE SVE PRISPJELE RADOVE. RADOVI OBJAVLJENI U ČASOPISU OBRAZOVANJE ZA PODUZETNIŠTVO NE HONORIRAJU SE.